

商品名および店名・施設名に利用されているオノマトペ

田 守 育 啓

1. はじめに

現在、市場には様々な商品が出回っており、しかも同じジャンルの商品も多数あり、実際我々消費者がどの商品を選べばよいのか迷うほどである。消費者に自社の商品を選ばせるためには、商品自体の品質が他社の商品よりも優れていなければならないことは言うに及ばないが、それと同等あるいはそれ以上に重要なのが商品名である。商品名の良し悪しによって、その売れ行きが左右されるといっても過言ではないだろう。消費者の購買意欲をそそる商品名を考案するのに様々な工夫がなされており、商品名に一般的に見られる特徴について、様々な視点から考察がなされている。⁽¹⁾ 商品名に見られる語彙的特徴の一つとしてオノマトペが挙げられているものの⁽²⁾、オノマトペと商品名について詳しい考察がなされていない。

オノマトペは、基本的に音の響きから得られる意味を表すので、感覚的且つ主観的なことばである。それ故、公文書に用いられることはないが、一般語彙にはない臨場感溢れるヴィヴィッドな描写力があるため、オノマトペは日常会話だけでなく、広告、商品名、新聞の見出し、文学作品等、様々なコンテキストに幅広く利用されている。⁽³⁾

本稿では、どのようなオノマトペが商品名や店名・施設名にどのように利用されているかについて考察し、当該商品名や店名・施設名の構造を分析すると共に、意味的分析も行う。オノマトペが商品名や店名・施設名に用いられる最大の理由は、オノマトペには臨場感溢れる具体的な描写力が備わっているため、オノマトペを見たり聞いたりしたときに、それがどのような商品や店・施設であるか、瞬時にイメージできるからである。消費者に商品を購入してもらったり、利用者に店・施設を利用してもらったりするためには、ポジティブなイメージを描いてもらわなければならない。したがって、商品名や店名・施設名に利用されるオノマトペは、通常、基本的にポジティブなイメージを与えるものであり、ネガティブなイメージを与えるオノマトペは商品名や店名・施設名に利用されないことが容易に推測される。

以下では、まずこのことを示すと共に、具体的なオノマトペをいくつか選んで、それらが利用されている商品名や店名・施設名について概観する。

2. ポジティブなイメージのオノマトペとネガティブなイメージのオノマトペ

日本語オノマトペには「しっとり」と「じっとり」のように、無声音と有声音だけによって区別される最小対立を成すペアが多数ある。通常、「しっとり」などの無声音を含むオノマトペがポジティブなイメージを表し、「じっとり」などの有声音を含むオノマトペがネガティブなイメージを表す。例えば、無声の「しっとり」は「しっとりしたお肌」に見られるように、水分や湿気を適度に含んでいる状態を表し、プラスのイメージを与える。他方、有声の「じっとり」は「じっとり汗ばむ」のように、湿気を過度に含んでいる状態を表し、マイナスのイメージを与える。

対照的なイメージを与える、この二つのオノマトペが商品名にどのように利用されているか見てみると、ポジティブな「しっとり」は次のような商品名に利用されているが、ネガティブな「じっとり」を利用している商品名はない。

(1) 商品名

天使の美肌水しっとりタイプ	しっとり 台所用せっけん 290ml
しっとりきなこ	しっとり長持ち!革クリーナー
しっとりチョコ	ビオレu しっとりクリーム
しっとりホワイト	シスコ しっとりケーキ
しっとりクッキー	しっとりせっけん (ボディソープ) 500ml
しっとり白い石けん	サクサクしっとりチョコ
しっとりクーヘン	DHCしっとりうるおう シャンプー
幻の手羽先『しっとりせんべい』	しっとりソースせんべい
しっとりカリーせんべい	しっとり雪肌魔法ジェル
北生しっとりサブレ サブろう	卵白しっとり石鹸
しっとりせっけん	しっとりチョコケーキ
しっとりイカ天	月桂冠 しっとり酒風呂 カモミールの香り
豆乳イソフラボン含有のしっとり化粧水	
化粧水・敏感肌用・しっとりタイプ (V) 大容量 (400ml)	
しっとり 洗濯用液体せっけん 1,000ml	

「しっとり」は基本的に「しっとり + 商品」という形式で各商品名に利用されているが、「チョコ」や「ケーキ」などの食べ物と共に用いられる場合、その食べ物が適度に湿気を含んでいて美味しいということをアピールするため利用されている。このように「しっとり」

が食べ物と共に用いられる場合は、その食べ物の属性を表す。他方、「石鹸」や「化粧水」などと共に用いられる場合、石鹸や化粧水自体のしっとりした属性を表すことも考えられるが、このような石鹸や化粧水を使うと、しっとりした潤いのある肌になるということをアピールしているように感じられる。このことから、「しっとり」が「化粧水」などと共に用いられる場合、「化粧水」は意味的にはしっとりした肌を実現するための手段として機能している。

綺麗な光り方を描写し、ポジティブなイメージを与える無声の「きらきら」と、余りにも強い光り方を描写するため、ネガティブなイメージをもつ有声の「きらきら」にも、「しっとり」「じっとり」と同様の現象が見られる。すなわち、「きらきら」が利用されている商品名や店名・施設名は見当たらないが、「きらきら」は次のような商品名や店名・施設名に用いられている。

(2) 「商品名」

きらきら発語宝箱（発語を促す音楽教材）

きらきらミスト（業務用加湿器）

きらきらマグネット

きらきらストラップ

カービィのきらきらきつず

「店名・施設名」

キッズランドきらきら（保育園）

きらきら星幼稚園

きらきら整骨院

きらきら（カフェ・コーヒー専門店）

きらきら保育園

真生きらきら保育園

西の里きらきら保育園

きらきら園（療育センター）

きらきらデンタルクリニック

きらきらくらぶ（子育てサポートセンター）

ロッジキラキラ星

ヘアクリニックきらきらでざいん

きらきら音楽院

きらきら塾

きらきらひろば（プレイルーム）

きらきらマミー（子育て支援センター）

きらきらひかる（割烹・小料理、和食、日本料理）

きらきら工房（無垢板テーブルは材から選んで作ります）

「きらきら」は何か光る様子を描写したり、「きらきら星」のように、物の属性を表したりするのに用いられるが、「きらきら」というオノマトペから感じられるイメージが良いため、商品名や店名・施設名に使われる。商品名や店名・施設名にオノマトペが利用される形式は典型的に「オノマトペ + 商品 / 店・施設」であるが、店名・施設名には「きら

きら」のように、オノマトペが単独で利用されたり、「キッズランドきらきら」のように、オノマトペが施設の後に配置されたりする例も見られる。

ポジティブなイメージを表す無声の「さらさら」は、以下の例に見られるように、商品名や店名・施設名に用いられている。

(3) 「商品名」

ビオレさらさらパウダーシート	さらさらレッド (健康タマネギ)
さらさらきれい茶山形	AJINOMOTO さらさらキャノーラ油
岡本先生のさらさらスूप	オシャレ刺繍 さらさらレーヨンデニム
さらさらたまねぎぎ	さらさらヘアミルク (花王 ヘアケア)
伊藤園 さらさらそば茶	伊藤園 おーいお茶 さらさら緑茶
涼感さらさらパッド	ムーニーさらさらコットン (M・L)
さらさらバスマット	出羽桜 桜花 吟醸酒 さらさらにごり
さくらさらさら (焼酎)	通気さらさら尿パッド (大人用おむつ)
さらさら抹茶	仁丹のさらさら (サプリメント)
さらさら酢 (九州健康堂の「黒酢」血液をサラサラにする)	
デオナチュレ さらさらクリーム (薬用デオドラントクリーム)	
メリーズ さらさらエアスルー S80枚 (新生児用紙おむつ)	
メリット さらさらヘアミルク (トリートメント)	

「店名・施設名」

さらさら (日本茶専門店)	さらさら (地酒・居酒屋)
株式会社 さらさら堂 (チベット体操ヒーリング)	

(3)の商品名は、「仁丹のさらさら」という例外はあるが、基本的には「さらさらX」という構造をしている。このような構造において、「ビオレさらさらパウダーシート」や「涼感さらさらパッド」に見られるように、「さらさら」がXの属性を表す役割を担っている場合と、「さらさらたまねぎ」や「さらさらヘアミルク」に見られるように、Xが「さらさら」を実現させる手段としての役割を担っている場合がある。このように、前者ではたまねぎを食べれば、血液がさらさらになるということを、後者ではヘアミルクを使えば、髪がさらさらになるということをアピールしている。すなわち「さらさら X」という構造では、Xという商品自体がさらさらである、つまりXがさらさらの主体である場合と、Xが血液などのものをさらさらにする手段として機能している場合に分類できるということである。

一方、「お肌が乾燥してざらざらする」に見られるように、通常、ネガティブな意味を表す「ざらざら」が商品名に用いられている例はないと考えられるが、次の2例が見られた。

(4)「商品名」

ビバボディ!ざらざら黒ずみ分解入浴 25g (入浴剤)

仕上げシール・ざらざら (インクジェットプリンタで印刷した画像の表面に貼るだけで、紫外線や水、ホコリなどから印刷面を美しく保護できる透明のフィルムシール)

最初の例は入浴剤の商品名で、「ざらざら」自体はネガティブな意味を表すが、当該入浴剤を使えば「ざらざらや黒ずみ」が分解されるということを消費者にアピールする目的で、「ざらざら」が表すネガティブなイメージを逆に利用している。後の例は、「ざらざら」自体がネガティブな意味を表すのではなくて、この特別な商品（シール）の場合にのみ当てはまるポジティブな意味として利用されている。すなわち、これら2例は、「ざらざら」が通常表すネガティブな意味を、そのまま商品名に反映されたものではないということである。

以上、通常、ネガティブなイメージを与えるオノマトペは商品名や店名・施設名に用いられることはなく、ポジティブなイメージを与えるオノマトペだけが利用されるということを示した。なお、特定のオノマトペが商品名と店名・施設名のどちらに多く利用されているかといったことについて詳しく検討していないが、オノマトペによっては偏りがあるようである。すなわち、「しっとり」「さらさら」は圧倒的に商品名に利用されているが、「きらきら」は逆に商品名にはあまり利用されなくて店名・施設名に多く用いられている。このことから、1) 主として商品名に利用されるオノマトペ、2) 主として店名・施設名に利用されるオノマトペ、および 3) 商品名と店名・施設の両方に用いられるオノマトペの3つに分類できるのではないかと推測される。以下では、ポジティブなイメージを与える、特定のオノマトペが主として商品名と店名・施設名のどちらに利用されるかについて検討する。

3. 主として商品名に利用されるオノマトペ

3.1「ふんわり」

「ふんわり」は「ゆるやかで弾力のある様」というポジティブな意味を表すオノマトペであるが、以下のような商品名や店名・施設名に利用されている。

(5) 「商品名」

ふんわり食パン	ふんわりニュービーズジェル（洗剤）
ふんわり名人きなこ餅	ユニ・チャームふんわり母乳パッド
ふんわりリラックスチェア	ふんわり便座シート ピンク OE-92
ふんわりニュービーズ	ふんわり揚げ えび味（岩塚製菓）
ふんわりカップブラ	ふんわりやわらか無撚糸タオルセット
ふんわり干貝柱	ふんわりまっちゃろーる（青木松風庵）
ふんわりカステラ（文明堂）	ふんわりカスタードケーキ（アンディコ）
ふんわりくしゅくしゅレギンス	ふんわりお好み焼名人
ふんわりソックス	ふんわりぽかぽかマット
ふんわりドーナツミックス	

「店名・施設名」

ペンションふんわりこん	ふんわり茶房（喫茶店、カフェ）
ふんわりん（育児支援サークル）	ふんわり家 深江橋店。（創作居酒屋）

「ふんわり」というオノマトペが商品名に圧倒的に多く利用されているが、すべて「ふんわりX」という形式で用いられている。最後の「ふんわりドーナツミックス」以外、「ふんわり」はXの属性を表すのに利用されている。例えば、「ふんわり食パン」は「ふんわりした食パン」という意味を表し、「ふんわり」は「食パン」の属性を描写している。「ふんわりドーナツミックス」は、当該ドーナツミックスを使えば、ふんわりしたドーナツがつかれるということを示唆している。

一方、店名や施設名は商品名と比べると数も少なく、「ふんわりX」という構造が2例、「X ふんわりこん」という構造が1例、「ふんわりん」という構造が1例と、「ふんわり」を含む店名・施設名が4例しかない。なお「ふんわりこん」および「ふんわりん」は「ふんわり」の異形態と考えられるが、「一こん」と「一ん」は特定の意味を表す形態素というよりも、単に耳に心地よくリズムカルに響く音響効果を与える役割を果たしていると思われる。いずれにしても、店名・施設名に用いられている「ふんわり」およびその異形態は、当該施設の利用者が穏やかな気分になりゆったりとくつろげるということを表している。

3.2 「とろーり」

「とろーり」は「とろり」を強調した形態のオノマトペで舌触りがやわらかく、快く感じるさまを表す。このポジティブなイメージをもつオノマトペは、店名・施設名には用いら

れず、次の商品名に利用されている。

(6)「商品名」

とろーりなめらかクリームパン	とろーり生キャラメルチョコ
とろーりとした飲むプリン	とろーりまるやか絹豆腐
とろーり昆布みそ漬	サクサクとろーりミルク（シュークリーム）
とろーりクリーミィプリン	サンキスト とろーりピーチ
とろーり赤ミニトマト 300ml	とろーりシュークリーム
とろーり豚角煮バーガー 袋95g	国産大豆100% とろーりおぼろ
とろーりとろーり生原酒	トロミ調整食品「とろーりトロちゃん」
とろーり絹豆腐。	とろーり黒ごまこんにゃくデザート詰合せ
とろーりプリン	ステーキでとろーり食感 トロなす（白なす）
とろーり とろーり 夏の生原酒 本醸造 720ml	
カップシチュー とろーりおいしいクリームシチュー	
6個入金のつぶ® とろーりたまご入り醤油たれ3P	
とろーり熟したピーチ 85g（ビタミンキャンディ）	
とろーり!なめらかみるくチーズプリン6個セット・アニヴェルセル	
ハウス カップシチュー とろーりおいしいコーンシチュー（カップ） 34g	
ナガノトマト とろーり 野菜と果実 パック200ml	
とろーり濃厚!甘くて美味しい冷凍 完熟カラバオマンゴー 1kg	

「とろーり」というオノマトペは基本的には食品の属性を描写するので、店名・施設名に用いられるのではなく、特定の食品の商品名に利用されると考えられる。(6)に挙げた商品名から明らかなように、ほとんどの場合、「とろーり」は「とろーりX」という形式で利用されている。そして、多くの場合、Xが「とろーりプリン」や「とろーりシュークリーム」のように、食品を表す単一の名詞であるが、「とろーりなめらかクリームパン」「とろーりまるやか絹豆腐」「とろーりおいしいクリームシチュー」のように、Xが単一の名詞ではなく、複雑な構造をしている例も見られる。さらに、「ステーキでとろーり食感」や「とろーり濃厚!」のように、Xが食品以外の事柄を表す名詞から成る例も見られる。

3.3「すっきり」

「すっきり」も洗練されていて見ていて気分のよい様や、気分が晴れる様を描写する、ポジティブな属性を表すオノマトペで、店名・施設名に利用されることはないようであるが、

商品名には利用されている。

(7)「商品名」

スッキリ!!激辛テリヤキバーガー	すっきりアロエ (ダイエット飲料)
スッキリ網戸 (視界良好のクリアな網戸)	スッキリクン (鼻炎治療器)
スッキリ解消静岡茶の湯 (入浴剤)	アルガード鼻すっきり洗浄液
すっきりシルエットの シャツワンピース	すっきり麦焼酎むぎのか
鍋にすっきり 冬道楽 (発泡酒)	浪乃音 かぼスッキリ
すっきりアップル (ジュース)	すっきりオレンジ (ジュース)
歯石屋くん すっきり舌 (舌クリーナー)	毛穴すっきりパック (花王)

「すっきり」を含む商品名は、ほとんどが「すっきりX」という構造をしている。そして多くが「すっきりアロエ」や「すっきり網戸」のように、Xが商品を指す。しかし、「すっきりシルエット」や「すっきり舌」のように、Xに相当する要素が商品以外の例も見られる。さらに、「鼻すっきり洗浄液」や「毛穴すっきりパック」のように、「すっきり」の主体を特定する要素を、「すっきり」の直前に配置している例も見られる。なお、「スッキリクン」という商品名は消費者に親しみを持たせる目的で、「すっきり」というオノマトペを擬人化させた商品名である。(4)「すっきりX」に見られるXは、「すっきり麦焼酎むぎのか」のように、Xが「すっきり」の主体である場合と、「毛穴すっきりパック」のように、Xが毛穴をすっきりさせる手段として機能している場合に分類できる。

3.4「すべすべ」

「すべすべ」は特に肌などがなめらかなさまを描写するポジティブなオノマトペであるが、このオノマトペが店名・施設名に利用されている例は見当たらず、商品名に利用されている例が見られる。

(8)「商品名」

すべすべみるる (ベビーローション)
すべすべフルーツエッセンス (美容液)
素肌すべすべシェービングフォーム
すべすべ茶 (美肌効果を考えて作られた健康茶)
すべすべ・さらさら フレンチスリーブ L
すべすべ・さらさら キャミソールII L

足すべすべハイソックス
 すべすべ 紳士用インナー
 すべすべ婦人用インナー
 Wスクラッチ 足裏すべすべケアセット
 ライフリー おしりすべすべケア洗淨液

(8)の商品名も、基本的には「すべすべX」という構造をもっている。この構造において、「すべすべ紳士用インナー」や「すべすべ婦人用インナー」では、「すべすべ」はXの属性を表している。言い換えれば、Xが「すべすべ」の主体である。他方「すべすべフルーツエッセンス」や「すべすべ茶」では、Xが「すべすべ」を実現するための手段として機能している。さらに、「すっきり」を含む商品名と同様、「足すべすべ」「素肌すべすべ」「足裏すべすべ」「おしりすべすべ」のように、「すべすべ」の主体を特定する要素が「すべすべ」の直前に配置されている例も見られる。

4. 主として店名・施設名に利用されるオノマトペ

4.1 「にこにこ」

ネガティブなイメージを与える「にやにや」・「にたにた」は、商品名にも店名・施設名にも利用されることはないが、ポジティブなイメージを与える「にこにこ」は主として次のような店名・施設名に利用されている。

(9)「商品名」

にこにこパンチ3 (海苔を挟んでパンチするとにこにこ顔がつかれるキッチン用品)

「店名・施設名」

ニコニコレンタカー

にこにこクッキング

にこにこ丸渡船

にこにこ小児科医院

にこにこ歯科

にこにこ家 (弁当)

にこにこ子どもの家 (保育園)

にこにこ整体院

にこにこペット (ペットショップ)

にこにこダイニング (居酒屋)

にこにこパーキング

にこにこ小児歯科

にこにこ保育園

勝沼にこにこ市場

グループホームにこにこ

有限会社 にこにこ苑 (介護施設)

にこにこリフォーム（塗り替え専門店）

「にこにこ」は笑い方を描写し、通常、物の属性を描写しないので、「にこにこ」が用いられている商品名は珍しい。他方、店名・施設名には「にこにこ」が比較的一般的に用いられているが、いずれも当該店・施設を利用すれば、「にこにこ」するほど満足できるということを顧客にアピールしている。

4.2 「わくわく」

「わくわく」は喜びや期待で胸が高鳴る様を表すポジティブなイメージを与えるオノマトペであるが、主として店名・施設名に利用され、商品名に利用されている例は「にこにこ」同様稀である。

(10) 「商品名」

わくわくコースター（おもちゃのジェットコースター）

わくわくデジカメ v2.6.1 [デジカメ写真加工ツール]

DRETEC わくわくケトル 1.2L ブルー PO-101BL

「店名・施設名」

わくわくプレーパーク

高尾の森わくわくビレッジ

わくわくエコランド

スキッパーのわくわくガスランド

茨城わくわくセンター

わくわくサポート三鷹（無料職業紹介所）

那須わくわく広場

体育の家庭教師わくわくスポーツランド

健康プラザ「わくわくランド」

わくわく堂（ゲーム販売、ゲーム通販）

わくわくキッズランド

熊野本宮 わくわくの郷

わくわくの湯（露天風呂）

わくわく園（無農薬・無添加・純鹿児島産）

わくわく整体院

さくらんぼ狩り わくわく観光村

わくわくベーカーリー

わくわく幼児ランドDUCK

赤穂わくわくランド

わくわくチラシ製作所

家具のわくわくランド

わくわくエッグ（屋内遊戯広場）

わくわくセンター（安城市民活動センター）

わくわくキッズ（ブランド子供服に特化したリサイクルショップ）

わくわくりフォームランド（マンションリフォームのコンサルティング、専有・共用部分のリフォーム）

株式会社わくわくスタディワールド（情報処理技術者試験に楽しく合格する方法とDVDを中心とした教材、ソリューションを提供する会社）

「わくわく」も基本的には「わくわくX」という形式で利用されており、商品名の場合には、「わくわくコースター」のように、Xが商品を、店名・施設名の場合には、「わくわくプレーパーク」のように、Xが店・施設を指す。「わくわく」は人間の心理状態を描写するオノマトペであり、商品や店・施設の属性を表さない。したがって、商品名に用いられた場合、当該商品を使うことによって、わくわくした気分になれるということを示唆している。店名・施設名に用いられた場合も同様、当該施設を利用すれば、わくわくするほどハッピーな気持ちになれるということを示唆している。

5. 商品名と店名・施設名の両方に用いられるオノマトペ

オノマトペの中には、商品名か店名・施設名のいずれかに偏らないで、その両方に同じ程度利用されるものもある。

5.1 「つるつる」

「つるつる」は表面が平らで、光沢のある様や、物の状態が滑らかである様、麺類などをすする際の軽く高い音やその様を描写するが、ポジティブなイメージを与えるオノマトペである。

(11) 「商品名」

みそのつるつるクリーム	みそのつるつるフェイスクリーム
お肌つるつる炭泥パック	みそのつるつるかかとクリーム
つるつるシルキーサポーター	指先しっとりつるつる手袋
背中つるつるタオル	博多つるつる洗顔ジェル あまおう苺
つるつるボディ・つるっと液（液体タイプの入浴剤）	
つるつる肌美人 つるつるキープエッセンス	

「店名・施設名」

脱毛サロンつるつる	つるつる温泉
塩別つるつる温泉	生涯青春の湯つるつる温泉
つるつる温泉センター	ひのでつるつる温泉

つつるお肌のお店
温泉浴場「つつる乃湯」

つつるの湯 みのり荘

讃岐こんぴらつつるうどん
つつる (麺類 (その他))
つつるうどん青空
麺つつる亭
つつる屋 (ラーメン)
さぬき亭 つつる家

めん房つつる
つつる亭 (うどん、饅頭)
太田庵つつる
熱い心のつつるうどん 三佳
つつる天 (うどん・そば店)

「つつる」は店名・施設名に数多く利用されているが、商品名にも利用されている。いずれの場合にも、基本的な構造としては「つつる X」である。商品名に利用されている「つつる」は肌などの滑らかさを描写するのに用いられており、「つつるクリーム」のように、そのほとんどにおいてXが商品を指す。そしてX、すなわち商品がつつるした肌などを実現するための手段として機能している。例外的に、「つつるボディ」や「つつる肌美人」のように、Xが商品ではなく、肌などで、「つつる」の主体として機能している。いずれにしても商品名に利用されている「つつる」が、すべて肌などの滑らかさを描写するのに用いられており、麺類をすする際の音ないし様子を描写するのには用いられていないことは注目に値する。では、なぜ麺類をすする際の音ないし様子を描写する「つつる」が商品名に用いられないのだろうか。麺類はどの麺類であっても、すするときの音は「つつる」で描写される。すなわち、「つつる」は麺類の一般的な特徴であり、特定の麺類の特徴ではないからである。別な言い方をすると、「つつる」によって特定の麺類を他の麺類と差別化するユニークな属性として特徴づけることができないからである。

他方、「つつる」が店名・施設名に利用されるときは、肌などの滑らかさを描写する場合と、麺類をすする際の音ないし様子を描写する場合がある。では、麺類をすする際の音ないし様子を描写する「つつる」が商品名に用いられないのに、店名・施設名に用いられるのはなぜだろう。「つつる」と言えば誰でもすぐにうどんなどの麺類をイメージすることができ、「つつる」を店名の一部に利用することによって、当該店がうどん店であることを表すことができるからである。

「つつる」が肌などの滑らかさを表す場合、「つつる温泉」のように、「温泉」がXの位置を占めている例が一番多く、このような施設名は、当該温泉に入ればお肌がつつるになるということをアピールしている。「つつる」が麺類をすする際の音ないし様子を表す場合、大別して「つつるうどん」のように、「うどん」がXの位置を占め、「つつる」

の主体として機能している場合と、「つつる亭」のように、「亭」のような店を表す要素がXの位置を占め、うどんなどの麺類を提供する店であることを示している場合がある。

5.2 「あっさり」

「あっさり」は人やものごとの状態・性質が淡白である様を描写するポジティブなイメージを与えるオノマトペである。このオノマトペは(12)に見られるように、商品名にも店名・施設名にも利用されている。

(12) 「商品名」

あっさりショコラ (カバヤ)	あっさり沢庵 (ぶぶづれ)
あっさり梅酒	京のあっさり漬 【茄子】
京のあっさり漬 【大根】	京のあっさり漬 【四葉胡瓜】
あっさりちりめん山椒	あっさり鶏だんご鍋スープ
あっさり塩鍋スープ	あっさり醤油 (ラーメンのスープ)
あっさり大根 (さっぱりとした、やわらかい大根)	
あっさりハーブ×鶏塩らーめん (サッポロ一番)	
あっさりグレープフルーツ (サッポロ飲料)	

「店名・施設名」

あっさり (郷土料理)	あっさり (旬菜料理)
あっさり食堂 (和食)	あっさり串焼 文明樓 加古川
あっさりや旅館	あっさり串焼 ちゃらり 池袋西口店
あっさり串揚げ家でびと	あっさりうどん
あっさり串焼 ちゃらりちゃらり	

まず、商品名に関して、すべて「あっさりX」という構造を含んでおり、基本的にXが食品を表し、「あっさり」がその食品の属性を表す。なお、「京のあっさり漬」に関しては、元々「あっさり漬けたもの」という意味で「あっさり」が「漬ける」という動詞を修飾する副詞として機能していると考えられるが、ここでは「あっさりした漬物」と解すべきで、他の例と同様「漬」を「漬物」という食品と解釈できる。

店名・施設名に関して、「あっさり」が単独で店名として利用されている例が2例見られる。その他の例は基本的に「あっさりX」という構造をもっているが、「あっさり食堂」のようにXが店を指す場合と、「あっさり串焼」のように、食品を指す場合がある。Xが店の

場合は、その店を利用すれば、あっさりした料理が食べられるということを示唆し、Xが食べ物の場合は、その食べ物があっさりした味であることを示唆する。

6. 構造分析

本節では、オノマトペを含む商品名および店名・施設名がどのような構造をしているか、詳しく分析する。既に見たように、商品名および店名・施設名のいずれにおいても、基本的な構造はオノマトペとXから成る「オノマトペ + X」という合成名詞である。商品名の典型的な例は「しっとりチョコ」や「あっさり梅酒」などで、店名・施設名の典型的な例は「わくわくベーカリー」や「にこにこ歯科」などである。この典型的な「オノマトペ + X」という構造ではXが単独の名詞であることが最も一般的である。しかしながら、Xが単独の名詞でない例も見られる。

- | | | | |
|------|-------|--------|------------|
| (13) | わくわく園 | わくわく堂 | 株式会社 さらさら堂 |
| | つるつる屋 | 麺つるつる亭 | 太田庵つるつる亭 |
| | つるつる亭 | さぬき亭 | つるつる家 |

「亭」や「園」などは単独で用いられることはなく、「A亭」や「B園」のように、常に他の要素と共に用いられる。このような「オノマトペ + 接尾辞」は、当該接尾辞の意味から店名・施設名にしか見られない。

さらに、「オノマトペ + X」という構造において、Xが単独の名詞や接尾辞ではなく、二つの要素から成る合成名詞を形成している例が商品名に見られる。Xがどのような要素から構成されているかによって、大きく二つのタイプに分類できる。

- | | | |
|------|-----------------------|--------------------------|
| (14) | さらさら <u>ヘアミルク</u> | さらさら <u>バスマット</u> |
| | 通気さらさら <u>尿パッド</u> | 素肌すべすべ <u>シェービングフォーム</u> |
| | アルガード鼻すっきり <u>洗浄液</u> | みそのつるつる <u>フェイスクリーム</u> |
| | ふんわり <u>リラックスチェア</u> | ユニ・チャームふんわり <u>母乳パッド</u> |
| | 博多つるつる <u>洗顔ジェル</u> | あまおう苺 |

下線部が二つの要素から成る合成名詞である。例えば、「ヘアミルク」は「ヘア」と「ミルク」という二つの名詞から構成されている。このように二つの名詞から構成される合成

名詞では、最初の要素「ヘア」が補足部で後ろの要素「ミルク」が主要部である。したがって、「ヘアミルク」の基本的な意味は「ヘア」ではなく「ミルク」である。そして、補足部の「ヘア」が、主要部の「ミルク」がどのようなミルクであるかということを特定している。すなわち、「ヘアに用いられる」「ヘア用の」「ヘアのための」という意味を表している。このように(14)の商品名に含まれているAとBから成る合成名詞は「Aに用いられるB」「A用のB」「AのためのB」と解釈される。

では、次の商品名に含まれている合成名詞はどのように解釈されるだろうか。

- | | |
|----------------------------|----------------------|
| (15) さらさら <u>たまねぎ茶</u> | 伊藤園 さらさら <u>そば茶</u> |
| すべすべ <u>フルーツエッセンス</u> | すっきり <u>麦焼酎むぎのか</u> |
| つるつる <u>シルキーサポーター</u> | ふんわり <u>まっちゃろーる</u> |
| お肌つるつる <u>炭泥パック</u> | ふんわり <u>カスタードケーキ</u> |
| オシャレ刺繍 さらさら <u>レーヨンデニム</u> | |

(15)の商品名に含まれている合成名詞は、(14)の合成名詞と同様、最初の要素が補足部で後ろの要素が主要部である。したがって、例えば、「たまねぎ茶」の基本的な意味は「たまねぎ」ではなく「茶」である。しかし、合成名詞を構成している二つの要素の関係が(14)の合成名詞と異なるのである。すなわち、「たまねぎ茶」は「たまねぎの茶」ないし「たまねぎでつくられた茶」のように、(15)のAとBから成る合成名詞は「AのB」ないし「AでつくられたB」と解釈されるのである。

(14)(15)は商品名であるが、オノマトペに続く X が合成名詞を形成する例が店名・施設名にも見られる。

- | | |
|-------------------------|----------------------------|
| (16) わくわく <u>プレーパーク</u> | 体育の家庭教師わくわく <u>スポーツランド</u> |
| わくわく <u>エコランド</u> | スキッパーのわくわく <u>ガスランド</u> |
| わくわく <u>幼児ランド</u> DUCK | さくらんぼ狩り わくわく <u>観光村</u> |
| わくわく <u>リフォームランド</u> | 株式会社わくわく <u>スタディワールド</u> |
| にこにこ <u>小児歯科</u> | にこにこ <u>小児科医院</u> |

(16)の店名・施設名に見られる「オノマトペ + 合成名詞」では、AとBから成る合成名詞は、「エコランド」や「ガスランド」のように、「Aに関するB」と解釈される場合と「プレーパーク」や「スポーツランド」「小児歯科」のように、「AのためのB」ないし「A用のB」と解釈される場合の二つに分類できる。

以上、商品名と店名・施設名に典型的に見られる「オノマトペ + X」という構造について考察したが、オノマトペに続くXが単独の名詞ないし合成名詞であった。商品名の中には、オノマトペに続く要素が「とろーりなめらか」や「とろーりおいしい」のように、形容動詞や形容詞の例も見られる。

- (17) とろーりなめらかクリームパン とろーりまろやか絹豆腐
ふんわりやわらか無撚糸タオルセット
とろーり!なめらかみるくチーズプリン 6個セット・アニヴェルセル
カップシチュー とろーりおいしいクリームシチュー
ハウス カップシチュー とろーりおいしいコーンシチュー (カップ) 34g

さらに、「お肌つるつる炭泥パック」のように、「オノマトペ + X」という基本構造に、オノマトペの主体を特定する名詞がオノマトペの前に付いた商品名も見られる。

- | | |
|-----------------------------|----------------------------|
| (18) アルガード <u>鼻すっきり</u> 洗淨液 | <u>毛穴すっきり</u> パック (花王) |
| <u>お肌つるつる</u> 炭泥パック | <u>指先しっとり</u> つるつる手袋 |
| <u>背中つるつる</u> タオル | <u>素肌すべすべ</u> シェービングフォーム |
| <u>足すべすべ</u> ハイソックス | Wスクラッチ <u>足裏すべすべ</u> ケアセット |
| ライフリー <u>おしりすべすべ</u> ケア洗淨液 | |

(18)の商品名において、オノマトペは何かの属性を表しているが、オノマトペの直前の名詞が、何の属性かを特定するのに用いられている。

商品名の中には、「指先しっとりつるつる手袋」のように、オノマトペを二つ含むものもある。

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| (19) <u>指先しっとり</u> つるつる手袋 | <u>サクサクしっとり</u> チョコ |
| <u>ふんわりくしゅくしゅ</u> レギンス | <u>ふんわりぽかぽか</u> マット |
| <u>サクサクとろーり</u> ミルク | <u>すべすべ・さらさら</u> キャミソールIII |
| <u>すべすべ・さらさら</u> フレンチスリーブL | |

(19)の商品名には、下線部が示すように、二つのオノマトペが含まれているが、いずれもポジティブな意味を表し、後続の名詞の属性を表している。

さらに、地名が含まれている例も見られる。

- | | |
|------------------|------------------------------|
| (20) 塩別つるつる温泉 | 讃岐 <u>こんぴら</u> つるつるうどん |
| 高尾の森わくわくビレッジ | <u>茨城</u> わくわくセンター |
| 那須わくわく広場 | <u>熊野本宮</u> わくわくの郷 |
| 赤穂わくわくランド | わくわくサポート <u>三鷹</u> (無料職業紹介所) |
| <u>勝沼</u> にこにこ市場 | <u>博多</u> つるつる洗顔ジェル あまおう苺 |

(20)は地名を含む例であるが、最後の「博多つるつる洗顔ジェル あまおう苺」以外、すべて店名・施設名である。さらに、「わくわくサポート三鷹」以外、地名が冒頭に配置されている。

さらに、「AJINOMOTO さらさらキャノーラ油」や「伊藤園 さらさらそば茶」のように、商品名の冒頭に製造元やメーカーを含む例もある。

また、数は少ないが、オノマトペ単独の店名・施設名も見られる。

- | | |
|------------------|---------------|
| (21) あっさり (郷土料理) | あっさり (旬菜料理) |
| さらさら (日本茶専門店) | さらさら (地酒・居酒屋) |

(21)の最初の二つの「あっさり」はいずれもあっさりした料理を提供する料理店に付けられた名前、日本茶専門店の「さらさら」は当該専門店が販売するお茶を飲めば血液がさらさらになるということをアピールして「さらさら」という名前が付けられたと考えられる。最後の「さらさら」という店名は、さらさらした切れのよい酒を提供する店を意図して付けられたと考えられる。

7. 意味的分析

本節では、商品名や店名・施設名の意味について分析する。具体的には、各構成要素、特にオノマトペの意味的役割について考察する。商品名や店名・施設名は、「ふんわりソックス」や「つるつる温泉」に見られるように、「オノマトペ + X」という基本構造をもっており、通常、商品や店・施設を表す名詞が X の位置を占める。中には、「ふんわりまっちゃろー」や「にこにこ小児歯科」のように、X が単独の名詞ではなく、二つの名詞から成る合成名詞のこともある。このような基本構造を基に、名詞をオノマトペに付けたり、地名を冒頭に配置したりして、より複雑な構造をもつこともある。

すでに述べたように、商品名に利用されるオノマトペは、「すべすべ」や「しっとり」といった、ある物のポジティブな属性を表すものである。これらのオノマトペが「すべすべX」

や「しっとりX」という基本構造においてどのような意味機能を担っているか、検討してみよう。

(22a) すべすべ 紳士用インナー

すべすべ婦人用インナー

(22b) すべすべみるる (ベビーローション)

すべすべフルーツエッセンス (美容液)

素肌すべすべシェービングフォーム

すべすべ茶 (美肌効果を考えて作られた健康茶)

足すべすべハイソックス

Wスクラッチ 足裏すべすべケアセット

ライフリー おしりすべすべケア洗淨液

(22a)の商品名も(22b)の商品名も基本的には「すべすべX」という構造をもっている。しかしながら、両者の意味的機能が異なる。(22a)では、「すべすべ」はXの属性を描写している。別の言い方をすれば、Xが「すべすべ」の主体として機能している。例えば「すべすべ紳士用インナー」は「すべすべした紳士用インナー」と解釈される。

他方(22b)では、「すべすべ」はXの属性を描写しているのではなく、別の物(通常肌)の属性を表し、Xがその属性を実現する手段として機能している。例えば、「すべすべ茶」は当該茶を飲めば肌がすべすべになるということをアピールした商品名である。Xが手段として機能する場合、「足すべすべハイソックス」のように、属性の主体をオノマトペの直前に配置して明示することもある。

(23) あっさりショコラ (カバヤ)

あっさり梅酒

京のあっさり漬 【大根】

あっさりちりめん山椒

あっさり塩鍋スープ

あっさり大根 (さっぱりとした、やわらかい大根)

あっさりハーブ×鶏塩らーめん (サッポロ一番)

あっさりグレープフルーツ (サッポロ飲料)

あっさり沢庵 (ぶぶづれ)

京のあっさり漬 【茄子】

京のあっさり漬 【四葉胡瓜】

あっさり鶏だんご鍋スープ

あっさり醤油 (ラーメンのスープ)

(23)の「あっさりX」という基本構造をもつ商品名では、「あっさり」はXの属性を表し、Xが「あっさり」の主体として機能している。「あっさりX」という基本構造をもつ商品名で、Xが「あっさり」という属性を実現する手段として機能している例はない。

では、次の「つつる X」はどうだろう。

(23) みそのつつるクリーム	みそのつつるフェイスクリーム
お肌のつつる炭泥パック	みそのつつるかかとクリーム
つつるシルキーサポーター	指先しっとりつつる手袋
背中つつるタオル	博多つつる洗顔ジェル あまおう苺
つつるボディ・つつると液（液体タイプの入浴剤）	
つつる肌美人 つつるキープエッセンス	

(23)の「つつるX」という基本構造をもつ商品名では、基本的には「つつる」はXの属性を表すのではなく、Xが肌などの「つつる」という属性を実現する手段として機能している。「つつるボディ・つつると液（液体タイプの入浴剤）」と「つつる肌美人 つつるキープエッセンス」の「つつるボディ」と「つつる肌美人」では、「つつる」がXの属性を表し、Xがその属性の主体であるが、これらの商品名では、Xが商品を表していない。すなわち、Xに当たる「ボディ」や「肌美人」は商品ではなく、商品はそれぞれ「(つつると) 液」や「(つつる) キープエッセンス」である。別の言い方をすれば、「つつるX」という構造をもつ「つつるボディ」や「つつる肌美人」は、単独では商品名になりにくいということである。

主として店名・施設名に用いられる、代表的なオノマトペは、何かいいことがあって、その嬉しさを表す笑い方を描写する「にこにこ」や喜びや期待で胸が高鳴る心理状態を表す「わくわく」などである。(9)に挙げた「にこにこ」を含む店名・施設名、および(10)に挙げた「わくわく」を含む店名・施設名は、それぞれ「にこにこX」、および「わくわくX」という基本構造をもっているが、Xには基本的に店や施設を表す名詞が用いられている。これらの店名・施設名のXの位置には実に様々な店・施設が占めているが、いずれも当該店・施設を利用すれば、にこにこしたり、わくわくしたりする程楽しかったり興奮したりできる、つまり利用者を満足させるということをアピールするのに、「にこにこ」や「わくわく」が店名・施設名に利用されていると考えられる。

8. おわりに

本稿で明らかにしたことは以下の通りである。

- (1) 消費者に商品を購入してもらったり、利用者に店・施設を利用してもらったりするためには、ポジティブなイメージを描いてもらわなければならない。したがって、商品名や店名・施設名に利用されるオノマトペは、通常、基本的にポジティブなイメージを与えるものであり、ネガティブなイメージを与えるオノマトペは、商品名や店名・施設名に利用されない。
- (2) ポジティブなイメージを連想させるオノマトペであっても、1) 主として商品名に利用されるもの、2) 主として店名・施設名に利用されるもの、3) いずれにも利用されるものに分かれる。主として商品名に利用されるオノマトペは、物の属性を描写するものに限られる。したがって、通常、物の属性を表さない「にこにこ」や「わくわく」のようなオノマトペは商品名に用いられにくい。逆に嬉しさを表す笑い方を描写する「にこにこ」や喜びや期待で胸が高鳴る心理状態を描写する「わくわく」は店名・施設名に利用されやすい。なお、商品名と店名・施設名の両方に利用されるオノマトペも、物の属性を描写するものである。しかしながら、物の属性を描写するオノマトペで、商品名だけに利用されるものと、商品名と店名・施設名の両方に利用されるものの区別を明らかにすることができなかった。
- (3) 商品名と店名・施設名の基本構造と意味的特徴に関して、一般に次のことが言える。商品名と店名・施設名のいずれも、一般に「オノマトペ + X」という基本構造をもっていて、通常、Xには商品や店・施設を指す単独の名詞が該当する。商品名では、「涼感さらさらパッド」に見られるように、X（パッド）がオノマトペ（さらさら）の主体、言い換えれば、オノマトペ（さらさら）がX（パッド）の属性を表す場合と、「さらさらたまねぎ」に見られるように、オノマトペ（さらさら）がX（たまねぎ）の属性を表すのではなく、別のもの（ここでは血液）の属性を表し、X（たまねぎ）がオノマトペ（さらさら）を実現するための手段として機能している場合の二通りに分類できる。後者の場合、「背中つつるつつるタオル」のように、「つつるつつるタオル」という基本構造に「つつるつつる」の主体を特定する名詞（「背中」）を付加することもある。
- (4) Xの内部構造に関して、Xが単独の名詞の場合が多いが、店名・施設名では、独立した語ではなく、「つつるつつる亭」や「つつるつつる屋」に見られるように、「亭」や「屋」といった、単独では用いられない接尾辞の例もある。
- (5) Xが単独の名詞ではなく、二つの名詞から成る合成名詞の例もある。商品名では、「さらさらへアミルク」や「さらさらたまねぎ茶」のように、Xが二つの名詞から成る合

成語の例が見られる。両者はそれぞれ「ヘアミルク」を使えば（髪が）さらさらになるということと、「たまねぎ茶」を飲めば（血液が）さらさらになるということを表し、「ヘアミルク」と「たまねぎ茶」は共に、オノマトペ（さらさら）を実現する手段として機能している。しかしながら、この二つの合成名詞を構成している名詞の関係が異なっている。すなわち、「ヘアミルク」では、「ヘア」が補足部で「ミルク」が主要部なので、この合成名詞の基本的な意味は「ヘア」ではなく「ミルク」であるが、補足部の「ヘア」は主要部の「ミルク」がどのようなミルクであるかということを持定している。すなわち、「ヘアに用いられる」「ヘア用の」「ヘアのための」という意味を表している。他方「たまねぎ茶」は、「たまねぎの茶」ないし「たまねぎでつくられた茶」という意味を表している。このように、商品名に含まれているAとBから成る合成名詞は「Aに用いられるB」「A用のB」「AのためのB」と解釈される場合と、「AのB」ないし「AでつくられたB」と解釈される場合に分類できる。

- (6) 店名・施設名に見られる「オノマトペ + 合成名詞」では、AとBから成る合成名詞は、「エコランド」や「ガスランド」のように、「Aに関するB」と解釈される場合と「プレーパーク」や「スポーツランド」「小児歯科」のように、「AのためのB」ないし「A用のB」と解釈される場合の二つに分類できる。
- (7) 商品名の中には、「指先しっとりつるつる手袋」「サクサクしっとりチョコ」のように、二つのオノマトペを含む例も見られる。これらのオノマトペはいずれも後続の商品を指す名詞のポジティブな属性を描写するのに利用されている。
- (8) 数は少ないが、「赤穂わくわくランド」「勝沼にここ市場」のように、店名・施設名の冒頭に地名が配置されている例や、「AJINOMOTO さらさらキャノーラ油」や「伊藤園 さらさらそば茶」のように、商品名の冒頭に製造元やメーカーを含む例もある。

【注】

- (1) 商品名の特徴に関しては、岩永（1999）、岩永（2002）、仁木（1995）、野瀬・野瀬（2005）、森岡・山口（1985）、安田（2003）、横井（2002）、田守（2005）、田守（2008）参照。
- (2) 横井（2002）、田守（2005）、田守（2008）参照。
- (3) Tamori（1988）、田守・スコウラップ（1999）、田守（2002）、田守（2005）参照。なお、広告に利用されているオノマトペについては、Tamori, Tatsuki and Tominaga（2008）参照。
- (4) 擬人化された商品名については、横井（2002）、安田（2003）、仁木（1995）、田守（2008）参照。

【参考文献】

- 岩永嘉弘（1999）『売れるネーミング・買わせるネーミング』同文館。
- 岩永嘉弘（2002）『すべてはネーミング』光文社新書。
- Tamori, Ikuhiro（1988）“Japanese Onomatopes and Verbless Expressions,” *Jimbun Ronshu* 24.2:1-25, Kobe University of Commerce.
- 田守育啓（2002）『オノマトペ 擬音・擬態語をたのしむ』岩波書店。
- 田守育啓（2004）「英語から派生した外来語に見られる音韻的・形態的・統語的・意味的变化」『人文論集』39.3-4:137-153 神戸商科大学。
- 田守育啓（2005）「ダイエットサプリメントのネーミングに見る商品名の構造分析」『人文論集』41.1-23-51 兵庫県立大学。
- 田守育啓（2008）「カップラーメンの商品名に見られる語彙的・構造的特徴」『人文論集』42-1・2:1-44. 兵庫県立大学。
- 田守育啓・ローレンス・スコウラップ（1999）『オノマトペー形態と意味ー』くろしお出版。
- Tamori Ikuhiro, Dona Hurst Tatsuki and Hideo Tominaga（2008）“Rhetorical Devices in Japanese Advertisements: Towards a Taxonomy,” *Jimbun Ronshu* 43.1-2:59-115. University of Hyogo.
- 仁木真理（1995）『ネーミング入門』日本経済新聞社。
- 野瀬三元・野瀬満子（2005）『ブランドネーム ネーミングに強くなる本』早稲田出版。
- 森岡健二・山口仲美（1985）『命名の言語学 ネーミングの諸相』東海大学出版会。
- 安田輝夫（2003）『あのネーミングはすごかった！』中経出版。
- 横井恵子（2002）『ネーミング発想法』日経文庫。